



找记者 上壹点  
A10-12

齐鲁晚报

2022年10月22日  
星期六

读  
世  
界  
懂  
中  
国

主 编：赵恩霖

组 版：侯 波



## 当冰冷的井盖 遇到艺术设计

记者 赵世峰

### “艺术井盖”遍布城镇

每年9月10日是日本的“下水道日”。上世纪60年代，日本全国仅有6%的人能够使用下水道，为了促进全国下水道建设事业，唤起人们对下水道的关注，日本政府于1961年设立了这个纪念日。

据报道，目前日本大约1780个城镇的下水道井盖都有独特设计，总设计图案高达12000种。这些井盖上的图案除了增添街道的景观，还能让人从脚下开始认识一座城市。

井盖上的图案会告诉你这个城市什么最著名，哪里最好玩，或是这座城市有什么历史故事。比如，鸟取县大荣市是《名侦探柯南》的作者青山刚昌的出生地，当地的井盖就是他亲自设计的柯南画像；北海道函馆市盛产海鲜，因此鱿鱼、贝类的图案就出现在了井盖上；你在横滨的井盖上会看到当地标志性建筑海湾大桥。另外，东京大学、庆应大学等著名高校校园内的井盖也各有特色。值得一提的是，1990年日本大阪“花博会”期间，当地政府像发行纪念邮票一样，“发行”了一种纪念井盖。

井盖文化在日本甚至到了“无处不在”的地步。通常各个国家的扑克牌会将一些历史人物、特产名胜等文化特色印到纸牌上，2016年4月，日本将各地的艺术井盖印上了一种游戏卡牌，还发售了“井盖卡牌”。据介绍，截至2017年，日本全国各地已经分别制作了22种“井盖卡牌”，发售量超过100万张。

伴随各地将艺术井盖作为文化符号，日本一些地方还诞生了“井盖大使”。今年7月26日，在横滨市的一个下水道纪念活动上，著名艺人、模特释由美子被邀请担任横滨市下水道150周年宣传大使。之所以选她当宣传大使，源于释由美子在2019年播出的连续剧《假面骑士时王》中扮演了一个获得奇异力量的“复仇女王”。这一角色可以轻易用脚将井盖踩起来，拿到手中当做武器扔出去，俨然一个“井盖女王”。而且，这不是释由美子第一次担任“井盖大使”，2020年鸟取县也曾邀请释由美子参加宝可梦主题井盖发布会。

### 每年举行“井盖之夜”

日本最早的下水道井盖可追溯到明治时代。毕业于东京大学土木工程专业，并在德国深造的中岛锐治模仿欧美的公众卫生系统，首先整治了东京的下水道。他也因此被誉为“日本下水道之父”。

最早的井盖是木制的，随着汽车的普及、道路的完善，铁制井盖逐渐代替木制格子井盖。那时井盖的花纹也没有什么特别之处，最常见的有中岛锐治设计的“东京都型”和名古屋下水道建造局技师茂庭忠次郎设计的“名古屋型”两种，这两款设计在日本各地广泛使用。

据说，最早的设计井盖发源于40多年前的冲绳县那霸市。1978年，那霸的街道上出现了一种污水井盖，虽然没有华丽的图案和色彩，却堪称日本第一块“设计井盖”——上面画满了张着嘴

在日本，几乎每个城市都能看到五颜六色的下水道井盖，上面印有动物、风景、历史故事或城市地标，极富设计感。多姿多彩的下水道井盖，甚至成为一种艺术品，展现不同地方的历史与文化特色。



头则表示100米以内。

### 今秋举办“井盖峰会”

据《日本经济新闻》报道，埼玉县所泽市开发了在下水道井盖上打广告的业务，大受欢迎，广告井盖已成为当地的新财源。广告由当地企业等投放，现在全市约有30个广告井盖，每年广告费收入达700多万元（约合33万多元人民币）。广告主也给出了好评，“行人意外看到脚下的井盖，效果很明显”。

所泽市的“井盖广告”业务始于2018年5月，所泽市上下水道局表示，开发“井盖广告”是因为2017年的一次尝试，当时该局为了宣传所泽市市民文化中心，把电车航空公园站到文化中心人行道上的井盖表面都画上了文化中心的图案，结果收效不错。该局认为，利用井盖刊登广告可以开拓新的财源，也有助提升上下水道局的形象。

2020年秋季，所泽市的文化综合设施“所泽樱花城”开业，在樱花城周边画着热门动漫作品卡通人物以及企业广告的广告井盖引人注目。尤其在铁路公司（JR）东所泽站与樱花城之间，每隔几十米就有一个五颜六色的井盖，上面画着《机动战士高达》《凉宫春日的忧郁》等人气动漫中的卡通人物，吸引许多粉丝前来拍照留念。

《机动战士高达》的作者安彦良和就住在所泽市。今年1月，所泽市上下水道局把安彦良和画上了《机动战士高达 THE ORIGIN》卡通人物的井盖，做成卡片散发，8600张卡片在两天内被一抢而空。为配合樱花城开业，所泽市上下水道局还从去年开始推出“发光井盖”，利用太阳能和发光二极管（LED）来照亮井盖上的卡通人物。发光井盖每天下午5时自动点亮，次日凌晨2时关闭照明。该局负责人表示，“在广告宣传的同时，还起到指引人们到樱花城的作用，同时兼具夜间照明效果”。

角川书店投放的发光井盖广告，可以引导人们从最近的车站到樱花城观光，并进一步游览角川武藏野博物馆。井盖上的卡通图案都出自角川旗下的经典动漫《凉宫春日的忧郁》《刀剑神域》为美好的世界献上祝福》等。

据介绍，刚开展业务时，所泽市上下水道局的员工亲自上门找企业拉广告。起初质疑声很多，但随着业务开展，知名度逐渐提高。到今年6月，已经在西武铁道的所泽站、航空公园站、JR东所泽站周边等28个井盖投放了企业和团体的广告。

广告费有1至3年套餐，如果是普通的企业广告，一个井盖3年收费约30万日元（约合1.45万元人民币）。2021年度的广告费收入约770万日元（约合37万元人民币）。由于这些井盖都是设置在人行道上，所有方也设定了一些广告申请条件，例如消费者金融、赌博、侦探等不在接纳申请的范围内。

由于所泽市的做法很成功，爱知县丰川市等地方政府也纷纷效仿做井盖广告。今年秋季，日本全国的地方政府相关人员将聚集到所泽市樱花城，举办“井盖峰会”。“井盖峰会”原定于2020年举办，但因新冠疫情而推迟。所泽市负责人表示，“利用‘井盖峰会’有助于提升下水道业务的形象，希望与日本全国的地方政府等方面合作，探索新的可能性”。

巴的卡通小鱼，代表那霸引以为傲的丰富海产，井盖中心则将那霸的城市公章上的文字变成了圆形图案。

艺术井盖在全日本铺开，则得益于一位叫龟田泰武的公务员。1985年前后，当时任职于日本建设省下水道部的龟田泰武负责各地更换新井盖工作。为了提高市民对污水治理的关注，也为了让普通的井盖变为城市名片，他提出了“艺术井盖”的想法：“让井盖表面更加视觉化，更加吸引眼球。”

这一想法立刻得到日本政府的大力支持，各个城市乡镇也都争相设计最有当地特色的井盖。该计划实施后的几年内，艺术井盖的覆盖率已经达到了95%。比如，冈山市是民间传说桃太郎的发源地，这里的井盖就是桃太郎的卡通形象；鹿是奈良的“神仙使节”，当地的井盖上自然少不了它们；筑波是日本的航天科技城，这里的井盖绘有火箭与星球；樱桃小丸子的故乡静冈县则随处可见小丸子井盖……

井盖文化在日本深入人心。东京有一个由32家公司组成的半官方“井盖协会”，专门负责保护和研究日本的“井盖文化”。2010年7月，一个由“井盖文化”爱好者成立的“井盖位置共享”网站上线，专门向人们提供全日本的井盖信息。2011年11月，日本举行了第一个“井盖之夜”，此后每年举办一两场“井盖之夜”活动。澳大利亚摄影师雷莫·卡梅罗塔所著的日本井盖写真集《日本的井盖》，还在2010年的纽约书展上获奖。

日本作家佣兵铁子用20多年时间走访日本各地，收集了超过3000张不同的井盖照片，并定期组织井盖爱好者线下活动。2017年，神奈川县川崎市的一家旅行社推出名为“井盖游”的巴士旅行专线。

2017年8月，日本群馬县前桥市政府出售了10块1983年到2012年期间的井盖，每块重达40公斤，售价3000日元（约合144.84元人民币）。由于申请购买者人数众多，最终市政府不得不采取抽签的方式来决定购买资格。

日本的井盖还有路标功能。东京有些井盖中间刻有菱形，4个角分别写有地名，可以为路人指示方向。日本是一个自然灾害较为频发的国家，住宅区附近都设有紧急避难场所，如此一来井盖就有了另一个用途——在避难场所周围的井盖上，除了用箭头指示方向，还涂有红黄两种颜色，黄色箭头表示距离避难场所200米以内，红色箭